

**PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN
SHOPEE PAYLATER “BAYAR NANTI” TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN
RADEN INTAN LAMPUNG DALAM
PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar S1
Dalam Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

**SONIA AFTIKA
NPM: 1851040050**

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

**PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN
SHOPEE PAYLATER “BAYAR NANTI” TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN
RADEN INTAN LAMPUNG DALAM
PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar S1
Dalam Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh

**SONIA AFTIKA
NPM: 1851040050**

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : Dr. Hanif, S.E., M.M

Pembimbing II : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

ABSTRAK

Shopee PayLater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Berdasarkan pra riset yang peneliti lakukan terhadap 100 mahasiswa di Bandar Lampung dari berbagai kampus melalui kuisisioner yang disebar secara online melalui *google form* didapat hasil bahwa, 97 mahasiswa dengan adanya sistem pembayaran Shopee PayLater dalam rentang seminggu justru menurunkan perilaku konsumtif mereka sebagai pengguna. Hal ini berbanding terbalik dengan alasan logis bahwa jika menggunakan sistem pembayaran Shopee PayLater seharusnya menaikkan perilaku konsumtif. Dan juga hasil dari pra riset yang peneliti lakukan juga didapat bahwa 97 mahasiswa menggunakan Shopee PayLater dengan tagline “bayar nanti”.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* kepada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 23.901 mahasiswa aktif UIN Raden Intan Lampung. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus *slovin*, diambil dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yang diolah menggunakan SmartPLS 3 dan SPSS versi 26.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater “bayar nanti” berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Didalam perspektif bisnis syariah, hal ini masuk diperbolehkan dalam Islam karena pembayaran tidak dengan dicicil melainkan diawal bulan berikutnya dimana penambahan jumlah yang harus dibayarkan saat akan *checkout* adalah berupa *fee* jasa atau margin jual beli bukan berupa bunga atas pinjaman (*qardh*).

Kata Kunci: Sistem Pembayaran, Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

Shopee PayLater is a borrow loan based data innovation that brings together credit lenders and credit recipients in terms of credit lenders to borrowers in direct balance through phases as reflected in POJK no. 77/2016. This service was rendered by shopee that was drafted asa payment strategy while shopping at e-commerce on the shopee application. According to the pre research conducted on 100 college outreach students through online lacisters through google form, it was found that 97 students with Shopee PayLater pay systems within a week actually degraded their consumer behaviors. It is directly proportional to logical reasons that using a Shopee PayLater payment system should increase consumer behavior. And also the results from the preresearch research researchers found that 97 students used Shopee PayLater with a "pay later" tagline.

The study employs quantitative approaches. The data used is the primary data by sending out a questionnaire online through google form to the student uin the research research research. The population in this study numbered 23.901 active university students in UIN Raden Intan Lampung. The sample used as many as 100 people using the slovin formula, was taken by a nonprobabilty sampling with an random sampli technique. The data analysis used is a simple, linear regression analysis treated using smartpls 3 and SPSS version 26.0.

The study suggests that variables of the use of Shopee-PayLater "pay later" payment system affect the student's consumer behavior in UIN Raden Intan Lampung. In the perspective of sharia business, this is allowed in Islam because the payment is not in installments but at the beginning of the following month where the additional amount to be paid at checkout is in the form of a service fee or margin of sale and not in the form of interest on the loan (qardh).

Keywords: Payment System, Shopee PayLater, Consumptive Behavior.



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sonia Aftika
NPM : 1851040050
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah”** adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun sandaran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 11 November 2021



SONIA AFTIKA
NPM. 1851040050



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin 1 Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah

Nama : Sonia Aftika
NPM : 1851040050
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam
Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Dr. Hanif, S.E., M.M.M
NIP. 1970482320000310001

Pembimbing II

Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak
NIP.-

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

A. Zuliansyah, S.Si. M.M
NIP. 198302222009121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin 1 Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah** disusun oleh **Sonia Afika, NPM: 1851040050** Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Kamis, 11 November 2021.

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Ruhban Maskur, M.Pd



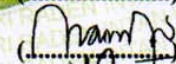
Sekretaris : Taufiqurrahman, S.E., M.Si



Penguji I : Any Eliza, S.E., M.Ak



Penguji II : Dr. Hanif, SE., M.M



Penguji III : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur M.S.I
NIP. 198008012003121001

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”. (Q.S Al-Furqaan [25]: 67).

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT karena rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orangtuaku Bapak Anuwar Syah dan Ibu Seprina yang ku sayangi, kuhormati, dan kucintai. Terimakasih karena tiada henti memberikan dukungan cinta kasih sayangnnya dengan sepenuh hati merawat, membesarkan dan selalu mendoakanku agar senantiasa dalam jalan-Nya. Terimakasih juga kepada kakaku satu-satunya Aan Saputra, terimakasih sudah menjagaku selama di perkuliahan, terimakasih selalu menjadi penolong disaat aku butuh, terimakasih semangatnya, terimakasih doa dan dukungannya. Terimakasih juga kepada adikku satu-satunya Dian Anggraini, terimakasih selalu mendukungku, terimakasih doanya, terimakasih sudah menjadi adik yang baik untuk yenda. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap langkahnya.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Sonia Aftika dilahirkan di Desa Bakung Udik, Kecamatan Gedung Meneng, Kabupaten Tulang Bawang pada tanggal 03 Mei 2001. Merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Anuwar Syah dan Ibu Seprina. Penulis menempuh pendidikan formal yang dimulai jenjang Sekolah Dasar di SDN 1 Jati-mulyo dan lulus pada tahun 2012 ketika berumur 11 tahun. Kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 19 Bandar Lampung, mendapatkan peringkat I ketika kelas VII dan lulus pada tahun 2015 ketika berumur 14 tahun. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan SMA Negeri 15 Bandar Lampung, terpilih menjadi salah satu siswa yang mewakili sekolah untuk mengikuti Lomba Cepat Tepat (LCT) PKN tingkat SMA seluruh kota Bandar Lampung diadakan di SMA N 2 Bandar Lampung, terpilih menjadi salah satu siswa yang mewakili sekolah untuk mengikuti Lomba Cepat Cermat (LCC) Ekonomi tingkat SMA seluruh kota Bandar Lampung yang diadakan di SMA Xaverius Pahoman, mendapatkan peringkat I sejak kelas XI hingga lulus SMA, mendapatkan penghargaan sebagai Juara Umum I se-IPS sejak kelas XI semester II hingga lulus SMA, dan lulus pada tahun 2018 tepat pada umur 17 tahun. Pada tahun 2018 juga penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, November 2021
Yang Membuat

Sonia Aftika

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala kemudahan, pertolongan, kasih sayang, serta anugerah yang tak terhingga kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah memberikan contoh *akhlakul kharimah* bagi seluruh muslim penjuru dunia.

Terwujudnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, dengan judul “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah”. Penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik petunjuk dan masukan secara langsung maupun tidak langsung, terutama di lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, mengingat keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, pengalaman dan juga waktu. Namun inilah terbaik yang dapat penulis lakukan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penyempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta Wakil Dekan I, II, dan III.
2. Ahmad Zuliansyah, S.Si., M.M selaku ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.
3. Dr. Hanif., S.E., M.M dan Yulistia Devi., S.E., M.S.Ak selaku pembimbing I dan II yang telah dengan sabar dan penuh perhatian meluangkan waktunya untuk memberikan bim-

bingan, arahan, nasehat dan bantuannya dengan sangat baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta Staf Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh Staf Administrasi dan perpustakaan UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bantuannya kepada penulis.
6. Keluargaku tersayang Bung Aan Saputra, dek Dian Anggraini. Terimakasih karena selalu mendoakanku, memotivasiku, memberi semangat yang sangat berarti bagiku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabatku Clarisa Nurul Lustika, Dani Kurniawan, Dafa Faturachman, dan seluruh teman-teman MBS A angkatan 2018. Terimakasih atas segala bentuk bantuan, semangat dan motivasinya selama ini. Semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat.
8. Teman-teman Jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018 yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan semangat kepada penulis, semoga kita semua dapat menjadi orang bermanfaat. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 11 November 2021

Penulis

Sonia Aftika

NPM. 1851040050

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	15
H. Sistematika Penulisan	18

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Perilaku Konsumen	20
1. Teori Ekonomi Mikro	20
2. Teori Psikologis	21
3. Teori Antropologis.....	22
B. Sistem Pembayaran	24
1. Pengertian Sistem Pembayaran	24
2. Macam-Macam Sistem Pembayaran di E-Commerce	25
C. Shopee PayLater.....	26
1. Pengertian Shopee PayLater.....	26

2. Mekanisme dan Ketentuan Shopee PayLater “Bayar Nanti”	28
3. Tinjauan Perpektif Bisnis Syariah Terhadap Penggunaan Shopee PayLater “Bayar Nanti”	29
D. Konsumtif	31
1. Pengertian Konsumtif	31
2. Faktor yang Mempengaruhi Konsumtif	32
E. Perilaku Konsumtif dalam Ekonomi Islam	34
F. Keterkaitan Antara Shopee PayLater dengan Perilaku Konsumtif	37
G. Kerangka Pemikiran	37
H. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
C. Data dan Sumber Data	39
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder	40
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
3. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Definisi Operasional Penelitian	43
F. Instrumen Penelitian	45
G. Analisis Statistik Deskriptif, Validitas dan Reabilitas	46
1. Analisis Statistik Deskriptif	46
2. Uji Validitas Kuesioner	46
3. Uji Realibilitas	46
H. Uji Prasyarat Analisis Data	47
1. Uji Normalitas	47
2. Uji Heteroskedastisitas	47
I. Uji Hipotesis	47
1. Analisis Regresi Linear Sederhana	47
2. Uji Koefisien Determinan (R^2)	48
3. Uji Parsial (Uji T)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	49
1. Analisis Statistik Deskriptif	49
2. Distribusi Jawaban Responden	56
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4. Uji Prasyarat Analisis	77
5. Uji Hipotesis	79
B. Pembahasan Hasil Penelitian	82

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	86
B. Rekomendasi	86

DAFTAR RUJUKAN..... 93

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	15
2. Indikator x dan y	23
3. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	44
4. Lama Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	53
5. Limit Kredit yang Dimiliki Responden.....	53
6. Jumlah Rata-Rata Belanja Sejak 18 Oktober 2021 Hingga 24 Oktober 2021 Menggunakan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”.....	54
7. Produk yang Sering Dibeli Sejak 18 Oktober 2021 Hingga 24 Oktober 2021 Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”.....	55
8. Menggunakan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Untuk Mendapatkan Produk Terlebih Dahulu dan Pembayaran Dilakukan Diawal Bulan Berikutnya	57
9. Belum Memiliki Uang Dapat Memperoleh Produk Yang Diinginkan Menggunakan Shopee PayLater “Bayar Nanti”	58
10. Sangat Puas Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	59
11. Mengaktifkan Fitur Shopee PayLater Sangat Mudah.....	59
12. Lebih Suka Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater Dengan Tagline “Bayar Nanti” Daripada “Cicilan”	60
13. Metode Pembayaran Shopee PayLater Lebih Mudah Daripada Metode Pembayaran Lain yang Tersedia Di Aplikasi Shopee	61
14. Fasilitas Bayar Nanti Diawal Bulan Memberikan Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk Terlebih Dahulu	62
15. Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Untuk Mendapatkan Produk Yang Diinginkan Dahulu Pembayaran Dilakukan Diawal Bulan Berikutnya.....	62

16. Sangat Puas Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	63
17. Metode Pembayaran Shopee PayLater Memberi Jaminan Keamanan Data Para Pengguna	64
18. Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater Karena Ingin Mendapatkan Cashback Dari Transaksi Yang Dilakukan	65
19. Proses Pembayaran Melalui Metode Pembayaran Shopee PayLater Cukup Cepat	65
20. Membeli Produk Untuk Mengikuti Trend Kekinian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	66
21. Membeli Produk Karena Mengikuti Gaya Hedonis dan Status Sosial Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	67
22. Membeli Produk Karena Rekomendasi Dari Teman Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	68
23. Membeli Produk Tanpa Ada Rencana Atau Impulsif Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	69
24. Membeli Produk Untuk Mendapatkan <i>Cashback</i> Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	69
25. Rentang Waktu Seminggu, Sejak Tanggal 18 Oktober Hingga Tanggal 24 Oktober Perilaku Konsumtif Menurun Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	70
26. Alasan Penurunan Perilaku Konsumtif Karena Tidak Mampu Membayar Tagihan Shopee PayLater Atas Transaksi yang Dilakukan.....	71
27. Alasan Penurunan Perilaku Konsumtif Adalah Mengetahui Bahwa Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay Later Adalah Riba Karena Menerapkan Sistem Bunga	72
28. Alasan Penurunan Perilaku Konsumtif Adalah Uang Saku yang Diberikan Oleh Orang Tua Hanya Cukup Untuk Keperluan Kuliah dan Jajan	73

29. Hasil Uji Validitas Variabel Shopee PayLater	
“Bayar Nanti (X).....	74
30. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	75
31. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Shopee PayLater	
“Bayar Nanti” (X).....	76
32. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	77
33. Hasil Uji Normalitas	77
34. Hasil Uji Heterokedastisitas	79
35. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	80
36. Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
37. Hasil Uji Parsial (Uji T).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Pengguna Internet Tahun 2016-2021	4
2. Diagram Pengguna <i>E-commerce</i> Tahun 2017-2021	5
3. Logo Shopee	6
4. Diagram Pengguna <i>Marketplace</i> di Indonesia.....	8
5. Tampilan Shopee PayLater	10
6. Data Konsumen Dalam Memilih Metode Pembayaran Di Aplikasi Shopee Pada Juli 2021	11
7. Kuisioner Pra Riset	12
8. Kuisioner Pra Riset	13
9. Model Perilaku Konsumen	20
10. Kerangka Pemikiran	37
11. Jumlah Mahasiswa Aktif UIN Raden Intan Lampung	40
12. Jenis Kelamin Responden	50
13. Angkatan Responden	51
14. Fakultas Responden	52
15. 3 Jenis Produk Teratas yang Sering Dibeli Responden Sejak 18 Oktober 2021 hingga 24 Oktober 2021 Menggunakan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”	56
16. Hasil Uji Validitas Variabel Shopee PayLater “Bayar Nanti (X) dan Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	76
17. Grafik Distribusi Normal	78
18. Grafik Scatterplots	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Google Forms Kuisisioner Penelitian	94
II. Daftar Jawaban Responden.....	104
III. Hasil Uji Validitas	108
IV. Hasil Uji Reliabilitas	109
V. Hasil Uji Normalitas.....	110
VI. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	111
VII. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	111
VIII. Hasil Uji Koefisien Determinasi	112
IX. Hasil Uji T	112
X. Bukti Lulus Turnitin.....	113
XI. Rincian Hasil Cek Turnitin	114

BAB I

Pendahuluan

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian tentang judul yang hendak diajukan. Dengan penegasan tersebut menghindari kesalahpahaman dalam memahami makna yang terkandung dalam skripsi ini, di samping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah”. Untuk itu perlu diuraikan pengertian dan istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut :

1. **Pengaruh** menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merujuk pada arti kekuatan yang ada atau muncul dari sesuatu (individu, benda) yang membantu membentuk orang, keyakinan, atau aktivitas individu.¹ Menurut Sugiono, pengaruh dalam istilah penelitian disebut dengan dampak terafiliasi, yaitu suatu investigasi yang terlihat menghubungkan nilai antara satu variabel dengan variabel lainnya.² Adapun variabel yang saling mempengaruhi dalam penelitian ini adalah variabel ShopeePayLater “bayar nanti” (x) yang merupakan variabel independen. Sedangkan variabel perilaku konsumtif (y) merupakan variabel dependen.
2. **Shopee PayLater** dikutip dari laman media CNBC Indonesia, PayLater merupakan strategi cicilan, dimana organisasi aplikasi menyelamatkan cicilan tagihan pengguna di pengirim terlebih dahulu, baru kemudian klien mengurus tagihan ke aplikasi. Untuk memiliki pilihan untuk memanfaatkan dalam bantuan ini, pengguna akan didekati untuk memberikan informasi individu, foto diri dan foto

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, 4th ed. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001).

² Sugiono, *Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2011).

KTP. Apalagi komponen ini sudah terjamin keamanannya sejak didaftar dan diarahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).³ Shopee PayLater memberikan kredit mulai dari Rp. 450.000,- hingga Rp. 20.000.000,-.⁴

3. **Konsumtif** menurut Sumartono, merupakan suatu kegiatan yang dilakukan melampaui batas penggunaan suatu barang. Artinya, seseorang membeli suatu barang bukan karena barang tersebut digunakan, tetapi karena adanya kemauan atau keinginan yang timbul padahal barang itu tidak dibutuhkan untuk menaikkan status sosial.⁵
4. **Bisnis Syariah**, bisnis artinya kegiatan atau usaha jual beli guna mendapatkan laba atau keuntungan.⁶ Sedangkan syariah artinya segala sesuatu sesuai dengan ajaran Islam.⁷ Jadi, bisnis syariah merujuk pada arti jalannya interaksi baik penciptaan, sistem penawaran atau kegiatan usaha untuk menghasilkan laba tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan kesepakatan dan standar muamalah Islam.⁸

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa maksud dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh sistem pembayaran Shopee PayLater “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah.

³ Benhart Farras, “Gojek Hingga Traveloka, Ini Platform Yang Sediakan PayLater,” n.d., <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190510180848-37-71799/gojekhingatraveloka-ini-platform-yang-sediakan-pay-later>, (Diakses tanggal 23 Agustus 2021, Pukul 14.05 WIB).

⁴ “Syarat Dan Ketentuan Berbelanja Dengan Shopee PayLater,” n.d., <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-syarat&ketentuan-berbelanja-dengan-Shopee-PayLater>, (Diakses tanggal 23 Agustus 2021, Pukul 14.05 WIB)..

⁵ Sumarto, *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), 22.

⁶ Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), 25.

⁷ Juanda, *Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: UMY, 2020), 3.

⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Marketing Syariah* (Bandung: Mizan, 2006), 26-27.

B. Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman membuat kebutuhan dan gaya kehidupan individu berkembang. Selain itu dengan kemajuan inovasi yang cepat sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan dan cara hidup mereka. Pada pergantian teknologi saat ini, setiap bagian masyarakat yang lebih besar secara konsisten pasti tidak lepas dari internet baik itu untuk berkomunikasi dengan yang lain, mencari data atau lainnya. Salah satu kenyamanan yang bisa dirasakan adalah untuk membuatnya lebih mudah bagi individu untuk mencari apa pun diinginkan seperti belanja. Teknologi ini adalah jenis media baru yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mendapatkan data dan menggunakannya dalam berbagai kebutuhan, misalnya, mengirim pesan, membaca data yang diinginkan, berbagi data, mempermudah pekerjaan, bahkan berbelanja secara *online* atau tanpa perlu datang ke tempat penjual dimana yang kita kenal sebagai *e-commerce*. *E-commerce* menurut McLeod Perason yaitu penggunaan internet untuk transaksi bisnis jual beli.⁹ Menurut Selly Cashman, *e-commerce* artinya transaksi bisnis melalui internet dimana siapapun dapat mengakses dan mempunyai kemampuan untuk membayar produk yang dibeli.¹⁰

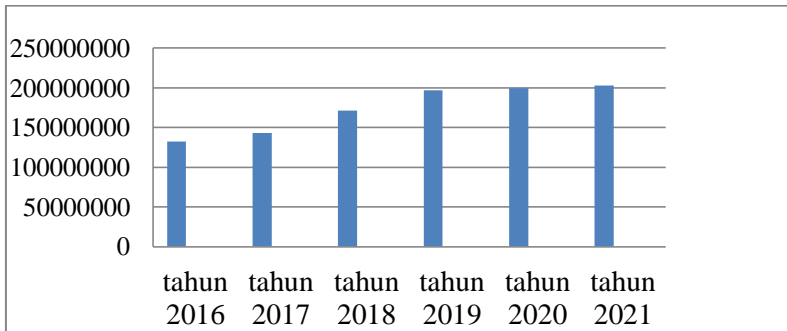
Saat ini bisnis berbasis internet telah berubah menjadi gaya belanja karena dengan belanja *online* dapat mempermudah pembeli untuk mendapatkan produk diperlukan, pembeli tidak perlu pergi ke toko dalam waktu yang lama dan dapat menjadi keputusan efektif bagi pembeli karena belanja *online* lebih membantu daripada belanja *offline* yang terkait dengan adanya kemacetan, tempat parkir terbatas, tempat ramai, dan waktu terbatas. Dengan adanya keefektifan dan kenyamanan ini akan menyebabkan para pembeli suka melakukan transaksi melalui internet untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan, misalnya makanan, pakaian, buku, sepatu, *skin care*, paket, laptop, hand phone, hijab, tas, dan lain-lain.¹¹

⁹ McLeod Pearson, *Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Salemba, 2008), 59.

¹⁰ Selly Cashman, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, 3rd ed. (Jakarta: Salemba Infotek, 2007), 83.

¹¹ Ibid.

Berikut ini adalah diagram pengguna internet tahun 2016-2021 berdasarkan survei APJII:



Gambar 1

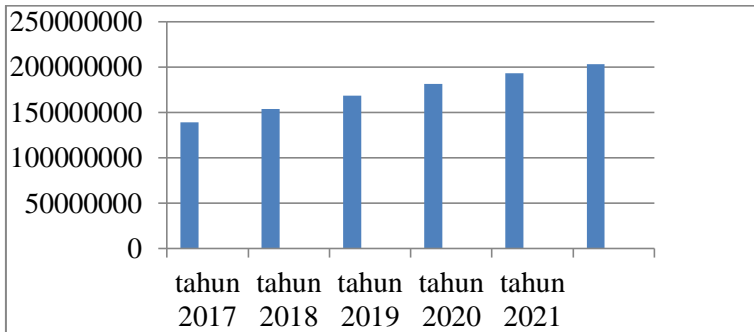
Diagram Pengguna Internet Tahun 2016-2021

Sumber: Survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa pengguna internet mengalami kenaikan sejak tahun 2016 hingga tahun 2021 yaitu pada tahun 2016, jumlah pengguna internet sebanyak 132,7 juta pengguna, pada tahun 2017 jumlah pengguna internet sebanyak 143,26 juta pengguna, pada tahun 2018 jumlah pengguna internet sebanyak 171,18 juta pengguna, pada tahun 2019 jumlah pengguna internet sebanyak 196,7 juta pengguna, pada tahun 2020 jumlah pengguna internet sebanyak 199,71 juta pengguna, dan pada tahun 2021 jumlah pengguna internet sebanyak 202,6 juta pengguna. yang bersumber dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).¹² Menurut Juju dan Maya, keuntungan berbelanja *online* adalah hemat biaya, terutama dengan jarak barang yang perlu dibeli dekat dimana pembeli tidak perlu merogoh kocek lebih dalam untuk menemukan barang-barang ini di luar kota, barang bisa diantar langsung ke rumah, pembayaran dilakukan dengan berbagai cara seperti bayar ditempat atau COD (*Delivery*), bayar di Alfamart dan Indomaret, transfer via bank,

¹² APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), "Diagram Pengguna Internet Tahun 2016-2021," n.d., <https://apjii.or.id/content/utama/104>. (Diakses pada Kamis, 23 September 2021, pukul 21.24 WIB).

hingga *PayLater* (bayar nanti), harga lebih murah dibandingkan yang dijual dipasar atau swalayan hingga mall.¹³



Gambar 2

Diagram Pengguna *E-commerce* di Indonesia Tahun 2017-2021
Sumber: Statistika, 2019

Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 139 juta pengguna, pada tahun 2018 sebanyak 154,1 juta pengguna, pada tahun 2019 sebanyak 168,3 juta pengguna, pada tahun 2020 sebanyak 181,5 juta pengguna, dan pada tahun 2021 sebanyak 193,2 juta pengguna.¹⁴ Saat ini, pemanfaatan *fintech* semakin diminati, terutama ketika muncul layanan cicilan tanpa *credit card* atau kartu kredit yang dibuat secara menarik sebagai fitur yakni *PayLater*. Fitur yang mengusung gagasan “beli sekarang, bayar nanti” ini memberdayakan individu untuk ikut serta dalam kesempatan menggunakan cicilan tanpa memiliki kartu kredit.

Hadirnya fitur *PayLater* membuat transaksi *online* menjadi semakin efisien. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, ataupun proses pengaktifan yang bisa dikatakan mudah menjadikan *PayLater* sebagai sistem pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin merebaknya *e-commerce*, masya-

¹³ M Juju D. dan Maya, *Cara Mudah Buka Toko Online Dengan Wordpress+WP E-Commerce* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 28.

¹⁴ Data Books Kata, “Tren Pengguna *E-Commerce* Terus Tumbuh,” statisika, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>. (Diakses pada Kamis, 23 September 2021, pukul 23.20 WIB).

rakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan, yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai. Oleh sebab itu, saat ini ada perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang membuka layanan *PayLater* untuk pengajuan cicilan. Salah satu di antaranya adalah aplikasi Shopee.



Gambar 3

Logo Shopee

Sumber: www.shopee.co.id/ (Diakses pada Jumat, 24 September 2021, pukul 13.20 WIB).

Salah satu *marketplace* yang sangat digemari kini dikalangan remaja hingga dewasa adalah Shopee. Shopee resmi diumumkan di Indonesia pada Desember 2015 dibawah naungan PT Shopee International Indonesia. Sejak peluncurannya, Shopee mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan pada Oktober 2017 aplikasinya sudah di unduh lebih dari 43 juta kali.¹⁵

Shopee hadir di pasar Indonesia pada akhir Mei 2015 dan mulai beroperasi pada Juni 2015. Shopee adalah anak perusahaan Garena yang berlokasi di Singapura. Semakin meluasnya penyusutan klien alat peraga telah membuat PT Shopee Internasional Indonesia melihat kesempatan baru yang terbuka di dunia bisnis

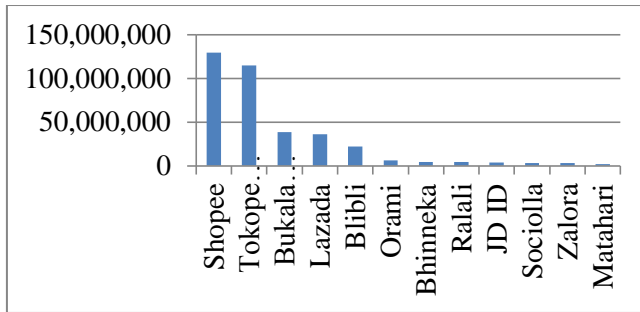
¹⁵ Wardoyo dan Andini, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma", *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* 19, No. 1, (2017), 23.

berbasis internet. Saat ini Shopee telah menyebar ke berbagai negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia.¹⁶ Sesuai informasi yang diberikan Iprice di 41 *marketplace*, jumlah pengguna yang datang mencapai 400 juta setiap bulannya. Itu berarti lebih banyak dari jumlah penduduk Indonesia, yang dalam perlombaan politik sebelumnya informasi penduduk Indonesia sekitar 270 juta jiwa. Berdasarkan informasi dari beberapa sumber berita, hingga saat ini pembeli suka berbelanja secara *online*. Mengapa demikian, karena tidak sulit untuk mendapatkan barang dan membeli barang secara *online*, selain itu saat ini sedang ada pandemi covid-19 yang membuat kita tidak bisa terhubung untuk menghindari penyebaran virus covid-19 alangkah baiknya berbelanja di internet.¹⁷

Menurut Iprice, pusat niaga dengan jumlah pengguna terbesar masih didapatkan oleh Shopee dengan sekitar 129 juta pengunjung, kemudian Tokopedia dengan sekitar 114 juta pengunjung, kemudian, pada saat itu, Bukalapak dengan sekitar 38 juta pengunjung, kemudian Lazada dengan sekitar 36 juta pengunjung, kemudian, berikutnya Blibli dengan sekitar 22 juta pengunjung, kemudian, Orami dengan sekitar 6 juta pengunjung, kemudian, Bhineka dengan sekitar 4 juta pengunjung, kemudian, Ralali dengan sekitar 4 juta pengunjung, kemudian, JDID berikutnya dengan sekitar 4 juta pengunjung. sekitar 4 juta pengunjung, pusat komersial Sociolla dengan jumlah pengunjung lengkap. Menurut Jayani, pencapaian Shopee dalam sampai pada situasi utama sebagai bisnis berbasis internet dimanfaatkan secara luas karena banyak variabel.

¹⁶ Ibid..

¹⁷ IPrice, "Pengunjung Marketplace Tertinggi Februari 2021 Pada IPrice," 2021, <https://teknologi.id/technology/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice>. (Diakses pada Jumat, 24 September 2021, Pukul 10.00 WIB).



Gambar 4

Diagram Pengguna *Marketplace* di Indonesia

Sumber: <https://teknologi.id/technology/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice> (Diakses pada Jumat, 24 September 2021, Pukul 10.00 WIB).

Inilah perbedaan antara Shopee dan bisnis berbasis web lainnya.¹⁸ Bantuan yang dapat diakses di aplikasi Shopee adalah Shopee PayLater yang dikirimkan pada tanggal 6 Maret 2018, Shopee PayLater adalah layanan pembayaran di muka sesaat yang memudahkan pembayaran dalam satu bulan tanpa bunga atau bagian kantor tanpa memerlukan kartu kredit. Shopee PayLater adalah pemberian pinjaman uang secara elektronik sebagai jenis perubahan dalam periode mutakhir ini untuk mengatasi masalah pengguna.¹⁹

Setelah berbagai prestasi yang telah dicapai, Shopee tampaknya tidak henti dalam meningkatkan sifat pelayanan untuk mengatasi masalah pembeli. Hal ini dibuktikan dengan memberikan strategi pembayaran mulai dari transfer bank, kartu kredit, ShopeePay, hingga Shopee secara resmi meluncurkan komponen terbarunya, Shopee PayLater. Hal ini sesuai dengan pandangan Aryani, Dwi dan Febrina, bahwa kualitas layanan mendorong pengguna untuk bertanggung jawab terhadap barang dan pelayanan suatu organisasi sehingga mempengaruhi peningkatan

¹⁸ Jayani dan Dwi Hadya, "Berapa Pengguna Internet Di Indonesia," 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-penggunainternet-di-indonesia>. (Diakses pada Jumat, tanggal 24 September 2021, pukul 13.41 WIB).

¹⁹ Ibid.

bagian dari suatu barang. Kualitas pelayanan sangat mendesak dalam menahan pengguna cukup lama.²⁰

Shopee PayLater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja di e-commerce pada aplikasi Shopee. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Kehadiran Shopee PayLater yang mendasari dirasakan oleh penjual di Shopee saja, namun saat ini juga dapat dirasakan oleh pengguna Shopee tergantung pada perjanjian yang tidak umum. ShopeePayLater memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan tagline “bayar nanti”.²¹

Saat ini rentang kredit yang dapat diakses mulai dari Rp 750.000-Rp 1.800.000. Namun, karena pandemi covid-19, Shopee memiliki batasan penyesuaian terhadap strategi penggunaan Shopee PayLater. Hal ini dilakukan untuk menjamin ShopeePayLater dalam hal apapun dapat digunakan oleh semua pengguna di tengah situasi Covid-19 dalam pelaksanaan di Shopee untuk mengatasi permasalahannya. Besaran rentang batas yang diubah mulai dari Rp 460.000. Pembeli juga dapat mengajukan satu kali tambahan. Setelah melakukan pembayaran dengan ShopeePayLater, seluk-beluk penagihan akan muncul setiap tanggal 25 dan harus dibayar paling lambat tanggal 5 bulan itu, misalnya transaksi yang dilakukan antara tanggal 25 di bulan ini sampai 24 bulan depan akan dihitung tagihannya pada tanggal 25 dan di-

²⁰ Dwi Aryani and Febrina Rosinta, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 17, no. 2 (2010): 114–26, <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>.

²¹ Otoritas Jasa Keuangan, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK.01/2016 TENTANG LAYANAN PINJAM MEMINJAM UANG BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI,” *Otoritas Jasa Keuangan*, 2016, 1–29, <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>.

bayarkan paling lambat tanggal 5 diawal bulan berikutnya. Berikut adalah gambar tampilan Shopee PayLater:



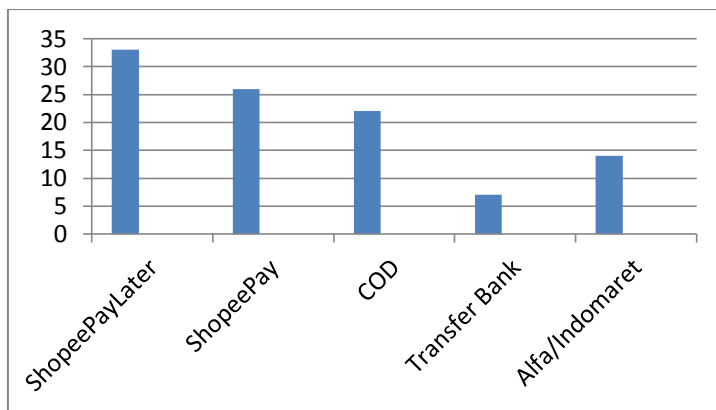
Gambar 5
Tampilan Shopee PayLater

Sumber: [https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-mengaktifkan-Shopee PayLater](https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-mengaktifkan-Shopee-PayLater) (Diakses pada Jumat, 24 September 2021, pukul 14.12 WIB).

Pembayaran fitur Shopee PayLater merupakan salah satu cara promosi yang cerdas untuk menarik pembeli yang begitu banyak berbelanja di Shopee. Sesuai informasi terukur ShopeePayLater yang dimuat di situs LDN, saat ini jumlah peminjam menghubungi 1.270.101 orang, dengan 850.631 orang merupakan peminjam dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa daerah Indonesia semakin mahir dalam inovasi keuangan, seperti fitur PayLater yang tersedia di Shopee. Selain itu, Shopee saat ini sudah banyak diakses oleh masyarakat umum yang berusia 20 hingga 30 tahun, diantaranya masih berkuliah seperti mahasiswa.

Aplikasi Shopee saat ini menjadi salah satu pilihan untuk belanja online karena kemudahan yang didapat saat menggunakan aplikasi tersebut. Kategori pembeli yang sering berbelanja online yaitu mahasiswa. Aplikasi Shopee sudah sangat lekat di tangan mahasiswa, sebab mereka dapat dengan mudah memperoleh barang yang di inginkan melalui Shopee, namun tidak sedikit mahasiswa yang masih menggunakan pembayaran

Shopee PayLater dengan tagline “bayar nanti”. Berikut ini adalah data metode pembayaran yang digunakan mahasiswa pada aplikasi Shopee:



Gambar 6

Data Konsumen Dalam Memilih Metode Pembayaran di Aplikasi Shopee Pada Juli 2021

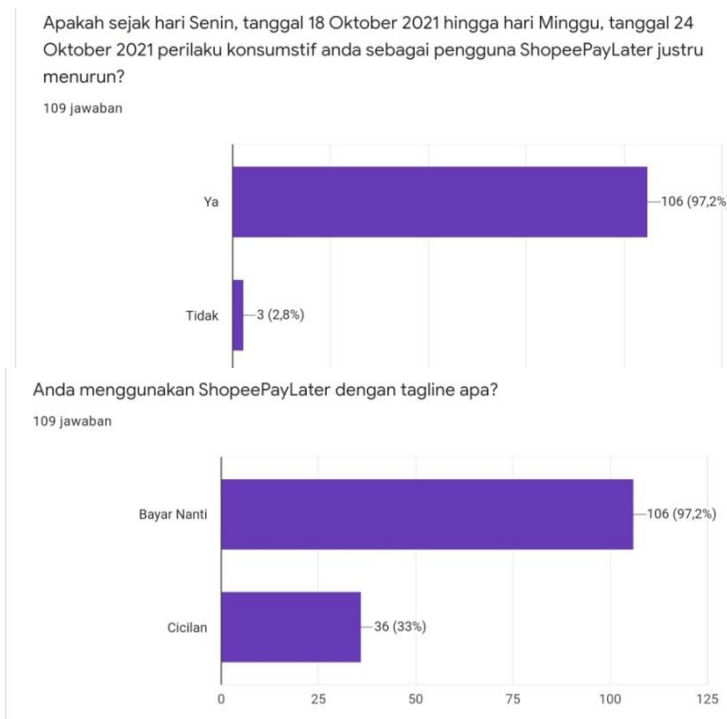
Sumber: Data diolah, 2021

Konsumsi menurut Rosyidi adalah pemenuhan kebutuhan esensial sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Konsumsi yang bergantung pada keinginan mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif biasanya menggambarkan keinginan seseorang untuk menghabiskan barang secara berulang-ulang dan berlebihan yang sebenarnya tidak diperlukan dan bukan merupakan kebutuhan pokok, sehingga perilaku yang tidak wajar pada umumnya akan memicu berlebihan (memboroskan uang) yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan pokok.²²

Namun, berdasarkan pra riset yang peneliti lakukan terhadap 106 mahasiswa di Bandar Lampung dari berbagai kampus melalui kuisioner yang disebar secara online melalui *google form* didapat hasil bahwa, 97 mahasiswa dengan adanya sistem pembayaran Shopee PayLater dalam rentang seminggu justru menurunkan perilaku konsumtif mereka sebagai pengguna. Hal ini berbanding terbalik dengan alasan logis bahwa jika meng-

²² Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), 163.

gunakan sistem pembayaran Shopee PayLater seharusnya menaikkan perilaku konsumtif. Dan juga hasil dari pra riset yang peneliti lakukan juga didapat bahwa 97 mahasiswa menggunakan Shopee PayLater dengan tagline “bayar nanti”.²³ Berikut adalah gambar kuisioner pra riset yang dilakukan oleh peneliti:

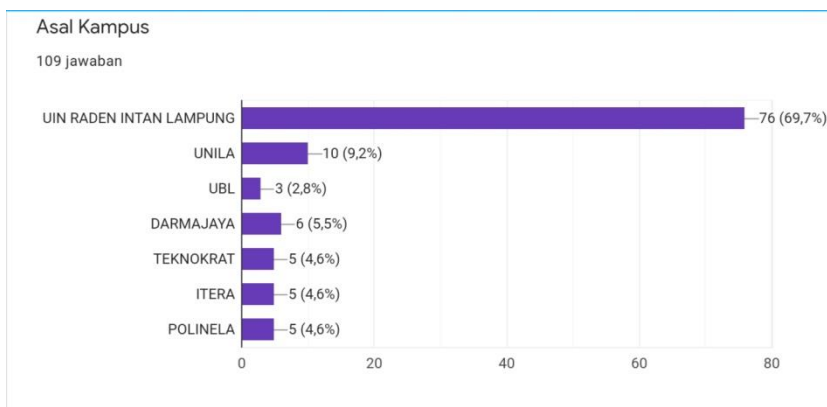


Gambar 7
Data Primer diolah, 2021

Sumber: Kuisioner pra riset yang dilakukan oleh peneliti pada 24 Oktober 2021.

Alasan peneliti meneliti mahasiswa UIN Raden Intan Lampung adalah didapat bahwa 76 dari 100 mahasiswa menggunakan Shopee PayLater sebagai sistem pembayaran. Berikut gambar diagram persentasi mahasiswa menggunakan Shopee PayLater sebagai sistem pembayaran:

²³ Sonia Aftika, “Kuisioner Pra Riset,” 2021, <https://forms.gle/9aPDcGaUTddqKAnZ6>. (Dibuat pada 24 Oktober 2021, pukul 20.00 WIB).



Gambar 8
Data Primer diolah, 2021

Sumber: Kuisioner pra riset yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 24 Oktober 2021.

Selanjutnya, menurut saran penelitian terdahulu yaitu skripsi yang ditulis oleh Nadya Anastasya tahun 2020, diharapkan dapat mengembangkan sudut pandang yang berbeda, sehingga peneliti mengambil sudut pandang dalam perspektif bisnis syariah.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah”.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih terarah, sempurna, dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dalam penelitian ini akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel yang digunakan untuk mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian yaitu Shopee PayLater dengan tagline “bayar nanti”.
2. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung yang masih aktif berkuliah dari angkatan 2014-2019.

D. Rumusan Masalah

Melalui penjabaran yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Shopee PayLater “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung?
2. Bagaimana tinjauan bisnis syariah mengenai penggunaan Shopee PayLater “bayar nanti”?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara penggunaan Shopee PayLater “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.
2. Untuk menjelaskan tinjauan bisnis syariah mengenai penggunaan Shopee PayLater “bayar nanti”.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambah pengetahuan, keterampilan dan cakrawala berfikir penulis.
2. Digunakan sebagai pengajuan syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (SE) pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Fany Fadhila, Azhar, Muslim Marpau ng, 2020	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePay-Later	Kuantitatif	Variabel religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna Shopee PayLater dengan pengaruh sebesar 85%.
2.	Marinda Ages-thia Monica, 2019	Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik ShopeePay-Later Pada Ecommerce	Kualitatif	Pertama, praktik pinjaman uang elektronik melalui Shopee PayLater memberikan kemudahan kepada pengguna Shopee dalam melakukan pembayaran pembelian tepat waktu. Kedua, praktik pinjaman uang elektronik melalui ShopeePayLater masih menggunakan sistem bunga dan terdapat beberapa biaya tambahan yang membe-ratkan pengonsumsi

				pinjaman.
3.	Nadya Anas-tasya, 2020	Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee-PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU	Kuantitatif	Tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur ShopeePayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU dengan tingkat pengaruh 2,3%.
4.	Rijana Maulia Afifah, 2021	Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Era Pandemi Di Desa Drancang Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik	Kualitatif	Perilaku konsumtif remaja muslim tetap terjadi walaupun masa pandemi yang bermuasal dari banyaknya diskon juga potongan ongkos kirim membuat para remaja lebih antusias dalam berbelanja. <i>hyper reality</i> bagi para remaja muslim ditandai dengan banyaknya <i>online shop</i> di era pandemi dan bnyaknya fashion yang bermunculan seiring dengan perkembangan zaman, menjadikan para remaja muslim ingin mencoba banyak

				hal yang baru.
5.	Ah Khairul Wafa, 2020	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap ShopeePay-Later	<i>Explanator Research</i>	Dengan metode Shopee PayLater pengguna shopee bisa menikmati cicilan dengan bunga 0%. Penyelesaian sengketa Shopee-PayLater diselesaikan melalui al-shulh dan apabila tidak mufakat maka diselesaikan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan.
6.	Ali Akbar Rismayadi, Dede Kartika Dewi, Iedam Fardian Anshori, 2020	Analisis Kepuasan Pengguna ShopeePay-Later Menggunakan Model Delone & McLean	<i>DeLone & McLean</i>	Variabel Kualitas Sistem (<i>System Quality</i>), Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>), Penggunaan (<i>Use</i>), Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna (<i>User satisfaction</i>).
7.	Indira Mahayani, Dewi Agushinta R. Dan Muham	Analisis Sentimen Twitter Terhadap Pembayaran ShopeePay-Later Pada	<i>Lexicon Based dan Naïve Bayes Classifier</i>	Hasil analisis sentimen pada penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran menggunakan ShopeePay-Later memiliki ke-

	mad Edy Supriya di, 2020	Aplikasi Belanja Online (Shopee)		cenderung senti- men positif pada saat data diambil.
--	-----------------------------------	---	--	--

Sumber Data : Data diolah, 2021

Berdasarkan yang telah dipaparkan beberapa skripsi dan jurnal terdahulu diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian skripsi dan jurnal terdahulu yaitu bahwa penelitian penulis ingin mengetahui pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater dengan tagline “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, kemudian dijabarkan berdasarkan perspektif bisnis syariah dengan dikiyaskan kepada akad *qardh* dan *riba qardh*, illatnya atau keterkaitan dengan akad *qardh* adalah menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi konsumtif mahasiswa. Sedangkan skripsi yang ditulis oleh Nadya Anastasya yaitu hanya sebatas meneliti pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU tanpa adanya perspektif bisnis syariah.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini disusun dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis

Bab ini berisi tinjauan umum tentang landasan teori yang didalamnya menjelaskan mengenai teori perilaku konsumen, sistem pembayaran, Shopee

PayLater, konsumtif, perilaku konsumtif dalam ekonomi Islam, keterkaitan antara Shopee PayLater dengan perilaku konsumtif, penjelasan dari kerangka pemikiran serta pengajuan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasyarat analisis serta uji hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang analisis deskriptif serta analisis data hasil penelitian, juga pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang simpulan yang menguraikan jawaban atas permasalahan pada rumusan masalah dan rekomendasi berdasarkan hasil analisis untuk pengetahuan bagi pihak yang terkait.

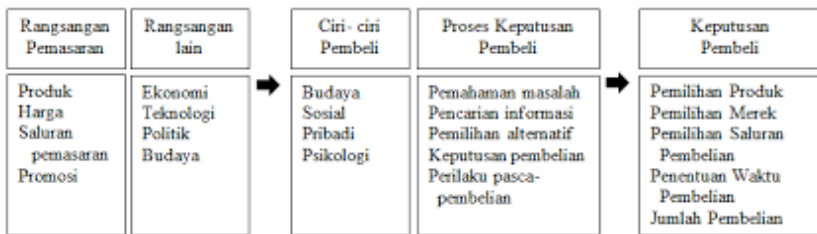
BAB II

Landasan Teori Dan Pengajuan Hipotesis

A. Teori Perilaku Konsumen

Memahami perilaku konsumen tentu bukan sesuatu yang mudah dilakukan, sehingga pendekatan promosi yang dilakukan oleh suatu organisasi harus direncanakan dan diharapkan dengan fokus pada variabel-variabel tersebut. Selain itu, penjual harus memiliki opsi untuk mendapatkan pembeli, dan mencari tahu bagaimana mereka bertindak, dan berfikir. Meskipun pembeli memiliki berbagai jenis kontras dalam hal apapun, mereka juga berbagi banyak secara praktis.²⁴

Kotler menggambarkan model perilaku konsumen sebagai berikut:



Gambar 9
Model Perilaku Konsumen

Sumber: Kotler, 2008

Gambar tersebut menunjukkan bahwa mempertunjukkan bahwa rangsangan pemasaran, seperti produk, harga, tempat dan promosi dan rangsangan lain (lingkungan) mencakup ekonomi, teknologi, politik, dan budaya, memasuki kesadaran konsumen.

Ada beberapa teori perilaku konsumen telah dibuat untuk memperjelasnya menurut Puji Hariyanti yakni:

1. Teori Ekonomi Mikro

Teori ini awalnya dikembangkan oleh analisis ekonomi terdahulu, yang menyatakan bahwa pilihan untuk membeli adalah efek samping dari perhitungan keuangan ob-

²⁴ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 1st ed. (Jakarta: Erlangga, 2008), 226.

jektif yang disadari, dimana pembeli melihat untuk memanfaatkan hal-hal yang akan memberikan penggunaan paling banyak (pemuhan) sesuai selera dan biaya. Kemudian teori ini diidealkan oleh spesialis keuangan neoklasik yang dikenal sebagai teori pemuhan marginal (*utilitas* minimal). Menurut Puji Hariyanti, dengan teori pemuhan marginal ini, setiap pembeli akan berusaha untuk mendapatkan pemuhan yang paling ekstrim, dan pembeli akan terus membeli suatu barang untuk jangka waktu yang lama, ketika telah mendapatkan pemuhan dari barang yang telah dipakainya. Untuk situasi ini, pemuhan yang diperoleh relatif atau lebih menonjol daripada utilitas minimal yang berkurang dan konsumsi serupa pada barang lain, melalui perkiraan yang cermat dari hasil setiap pembelian. Ada beberapa anggapan yang mendasari teori ekonomi mikro ini, yakni:

- a. Bahwa pelanggan selalu berusaha untuk meningkatkan pemuhan dalam keterbatasan kemampuan keuangannya.
- b. Bahwa mengetahui beberapa sumber alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka.
- c. Bahwa ia umumnya bertindak dengan baik.²⁵

2. Teori Psikologis

Teori psikologis ini adalah aplikasi dari bidang penelitian psikologis dalam membedah perilaku konsumen dan mendasarkan pada variabel psikologi individu yang terus-menerus dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan sekitar. Orang-orang terus-menerus ditentukan oleh kebutuhan esensial mereka, yang ada sebagai bagian dan dampak dari iklim dimana dia hidup dan terlihat dalam kegiatannya di masa sekarang, tanpa mengabaikan pengaruh masa lalu atau harapan di masa depan. Ada beberapa teori yang termasuk untuk teori psikologis, khususnya:

²⁵ Puji Hariyanti, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Ilkom Uii, 2014), 27-38.

a. Teori Belajar

Teori belajar menekankan pada tindakan mengartikan dan mengukur yang merupakan cara untuk mengetahui perilaku konsumen, teori ini terus berkembang hingga saat ini, dan tergantung pada empat bagian mendasar, yakni dorongan (*drive*), petunjuk (*clue*), reaksi (*response*) dan penguatan (*reinforcement*).

b. Teori Psikoanalisis

Menurut teori ini, perilaku konsumen dipengaruhi oleh terdapat keinginan yang impuls dan niat tersembunyi. Perilaku secara konsisten merupakan akibat dari asosiasi dan tiga sudut pandang dalam konstruksi karakter manusia adalah id, ego, dan super ego.²⁶

c. Teori Sosiologis

Teori ini lebih menitikberatkan pada koneksi dan dampak antara orang-orang karena perilaku mereka. Jadi lebih fokus pada perilaku kelompok, bukan perilaku individu. Orang dipandang sebagai orang yang terus-menerus menyesuaikan diri dengan bentuk dan ukuran standar umum serta iklim sosial mereka. Oleh karena itu, penelitian sosial lebih ditujukan pada kegiatan-kegiatan kelompok seperti keluarga, teman, rekan, dan organisasi.

3. Teori Antropologis

Seperti teori sosiologis, teori antropologis juga menekankan perilaku konsumen sekelompok orang. Meskipun demikian, perkumpulan-perkumpulan lokal yang dipusatkan bukanlah perkumpulan-perkumpulan kecil namun merupakan perkumpulan besar dengan cakupan yang luas, misalnya budaya (*culture*), sub-kultur, dan kelas sosial. Anggapan bahwa komponen-komponen ini berperan penting dalam pengembangan perspektif, dan merupakan petunjuk penting tentang nilai yang harus dianut oleh seorang konsumen.²⁷

²⁶Ibid., 27-38.

²⁷ Ibid.

Tabel 2
Indikator variabel X dan Y

Variabel	Definisi Operasionalisasi	Indikator	Skala Ukur
Shopee PayLater “Bayar Nanti” (X)	Jasa pinjam meminjam yang diberikan oleh pihak Shopee kepada pengguna untuk mendapatkan produk yang diinginkan namun pembayaran dapat dilakukan diawal bulan berikutnya.	1. Penyebab menggunakan Shopee Pay-Later “bayar nanti”. 2. Kepuasan. 3. Kemudahan. 4. Kegemaran. 5. Jaminan keamanan. 6. <i>Cashback</i> . 7. Kecepatan.	Skala Likert
Perilaku Konsumtif (Y)	Suatu kegiatan yang dilakukan melampaui batas penggunaan suatu barang untuk meningkatkan status sosial.	1. Status sosial. 2. Mengikuti trend. 3. Mengikuti gaya hedonis. 4. Rekomendasi dari teman. 5. Impulsif. 6. Kesenangan semata. 7. Kepuasan semu. 8. <i>Cashback</i> . 9. Uang saku.	Skala Likert

Sumber : Data diolah, 2021

B. Sistem Pembayaran

1. Pengertian Sistem Pembayaran

Menurut Shabrina, sistem pembayaran merujuk pada arti kerangka kerja yang terdiri dari sekumpulan aturan yang berisi undang-undang, prinsip, metode, dan sistem pembayaran fungsional khusus yang digunakan dalam perdagangan sejumlah uang antara dua perkumpulan di dalam wilayah suatu negara atau secara global menggunakan instrumen angsuran yang diakui dan disetujui sebagai cara pembayaran.²⁸

Sistem pembayaran yang terus dibuat merupakan salah satu variabel pendukung kemajuan bisnis berbasis internet. Sistem cicilan, yang merupakan salah satu komponen yang membantu kekuatan sistem keuangan, saat ini sedang berkembang, seperti halnya pengembangan sistem pembayaran yang awalnya tunai-baru beberapa waktu lalu, kini tersedia sistem komputerisasi. Sebagian besar strategi cicilan yang diberikan oleh bisnis internet adalah cicilan lanjutan, misalnya transfer intra-bank, catatan virtual, kartu kredit online, *e-wallet*, dan sebagainya. Namun, cicilan tunai masih menjadi alternatif. Beberapa bisnis online memberikan cicilan tunai dengan menggunakan sistem *Cash On Delivery* (COD) di mana pelanggan dapat membayar produk dengan uang tunai ke kurir saat barang sudah sampai di penerima. Selain teknik uang muka, beberapa bisnis online juga memberikan alternatif cicilan tunai melalui sektor usaha kecil. Belakangan ini, tepatnya sejak 2015, namun dikenal sejak tahun 2018an, ada teknik cicilan lain yang dikenal masyarakat umum, yakni *PayLater* atau yang kita kenal dengan “bayar nanti”.

²⁸ Silka Vania Shabrina, Ria Haryatiningsih, and Meidy Haviz, “Pengaruh Transaksi Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Terhadap Variabel Makroekonomi,” *Ilmu Ekonomi* 3, no. 1 (2017): 54–58, <http://karyailmiah.unisba.ac.id/>, 13..

2. Macam-Macam Sistem Pembayaran di *E-Commerce*

Didalam buku modul *e-commerce* dipaparkan beberapa macam sistem pembayaran yaitu:

a. *Electronic Money (E-Money)*

Atau disebut juga *Electronic Cash*, *Electronic Currency*, *Digital Money*, *Digital Cash*, atau *Digital Currency* adalah metode cicilan yang menggunakan perangkat keras sebagai medianya. *E-Money* sebagai metode cicilan dimana nilai uang tunai disimpan di media elektronik. Cara kerja *e-money* adalah pengguna yang memiliki *e-money* dalam kelompok tertentu, misalnya Rp 100 ribu (paling ekstrim 1 juta rupiah) terlebih dahulu mendaftarkan *e-money* di loket *cash backer* elektronik untuk ditetapkan. Selain itu, nilai uang tunai yang diisi ulang (diisi dan dicatat) di media elektronik, misalnya, kartu yang diberikan oleh bank, ponsel, atau kartu yang diisi sebelumnya.²⁹

b. *Credit Card*

Kartu kredit adalah suatu alat sebagai kartu yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan dan dapat digunakan sebagai suatu cara angsuran untuk pertukaran perolehan jasa dan produk-produk, yang angsurannya dapat dilakukan oleh pembeli tanpa penundaan sesaat atau sebagian. pada jangka waktu tertentu setelah kartu digunakan sebagai metode cicilan. Dengan memiliki kartu kredit, seseorang dapat memperoleh jasa dan produk di tempat-tempat khusus yang membantu perusahaan kartu kredit tanpa menggunakan uang tunai.³⁰

c. *Money Transfer*

Metode ini lebih terpercaya dan aman untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli, tetapi membutuhkan

²⁹ Leonardo Anthony and Hendi Sama, "Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior", *Journal Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1.1 (2021), 678–86.

³⁰ Hani Nurliyani dan Fauziah Safarina, *Buku Seri Praktikum E-Commerce, Laboratorium Manajemen Menengah Litbang*, 2015, 33.

biaya tambahan bagi pembeli dalam bentuk *fee* bagi pihak penyedia jasa transfer bank untuk mengirim sejumlah uang ke penjual.

d. *PayLater*

Sudah diketahui secara umum bahwa aplikasi *PayLater* ini memiliki kerangka kerja dengan kapasitas dan keunggulan yang hampir sama seperti kartu kredit. Ide prinsip komponen angsuran saat ini adalah “Beli sekarang bayar nanti”. *PayLater* termasuk sangat terkenal pesat karena mendorong inovasi sistem cicilan di para raksasa bisnis internet seperti Shopee, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, Kredivo, Akulaku, Gojek dan lain sebagainya yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk mencoba. dan rasakan keuntungan dari highlight *PayLater*. Dapat dikatakan bahwa *PayLater* kini telah menjadi kegemaran masyarakat milenial. Komponen *PayLater* memang bisa menjadi pilihan yang lebih sederhana dan lebih membantu bagi individu dalam mengakses tanpa kartu. Karena, pendaftaran kartu kredit di bank pada umumnya Setiap kali digunakan dengan hati-hati, tentu saja sistem pembayaran ini termasuk siap untuk mendukung ekspansi keuangan Indonesia.³¹

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran *e-commerce* memiliki banyak jenis yaitu *e-money*, *credit card*, *money transfer*, hingga *PayLater*.

C. Shopee PayLater

1. Pengertian Shopee PayLater

Shopee PayLater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data yang menyatukan pemberi kredit dan penerima kredit dalam hal pembelian kredit oleh pemberi kredit kepada peminjam dalam rupiah secara langsung melalui

³¹ Iin Emy Prastiwi and Tira Nur Fitria, "Konsep PayLater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7, no. 1 (2021), 425 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>>.

tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Kehadiran Shopee PayLater yang mendasari dirasakan oleh penjual di Shopee saja, namun saat ini juga dapat dirasakan oleh pengguna Shopee tergantung pada perjanjian yang tidak umum. Shopee PayLater memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan cicilan.³²

Shopee PayLater diberikan oleh PT. Lentera Dana Nusantara adalah strategi cicilan dengan memanfaatkan dana talangan dari organisasi aplikasi yang terhubung, kemudian, pada saat itu, pengguna membayar tagihan ke organisasi aplikasi. Shopee PayLater menawarkan item kredit dengan uang muka awal nol persen tanpa penukaran dasar, dan uang muka yang diberikan harus digunakan untuk membeli barang di Shopee dengan tenor 30 hari.³³

Saat ini, kemajuan-kemajuan inovatif mengubah perilaku individu menjadi ketergantungan pada pemanfaatan perkembangan inovasi cicilan yang membuat penukaran cicilan sederhana menjadi lebih berdaya dan produktif.³⁴ Seperti halnya penggunaan fitur Shopee PayLater yang diberikan oleh aplikasi Shopee untuk memudahkan pembeli dalam melakukan cicilan. Secara garis besar fitur PayLater memberikan kenyamanan berupa cicilan yang dapat dilakukan secara kredit di web, sehingga pelanggan dapat membayarnya dalam waktu yang tidak terlalu lama dengan

³² Otoritas Jasa Keuangan, "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /POJK.01/2016 TENTANG LAYANAN PINJAM MEMINJAM UANG BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI."

³³ Rohmatul Hasanah, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah*", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto, 2020), 4..

³⁴ Hafid Nur Yudha, Jl Prof, and Soedharto Sh, "Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta)," *Diponegoro Journal of Accounting* 4, no. 4 (2015): 148–57.

sekali bayar.³⁵ Dengan hadirnya angsuran kredit pengembangan mekanis mendorong kemampuan pembeli untuk meningkatkan pilihan penggunaan dengan memberikan akses nasabah yang aman dan cepat.³⁶

2. Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pembayaran Shopee-PayLater “Bayar Nanti”

Untuk mendapatkan fitur terbaru dari *marketplace* Shopee, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi terlebih dahulu, seperti; akun Shopee harus terdaftar dan terverifikasi, akun Shopee sudah berusia 3 bulan, akun Shopee sering digunakan untuk bertransaksi, harus update aplikasi Shopee terbaru.³⁷ Setelah memenuhi persyaratan, pengguna bisa mencoba melakukan transaksi pembelian dengan batasan limit yang ada dan memilih Shopee PayLater sebagai metode pembayaran.

Berikut cara mengaktifkan Shopee PayLater untuk mendapatkan pinjaman dari *marketplace* Shopee:

- a. Klik tab Saya kemudian pilih Shopee PayLater;
- b. Klik Aktifkan Sekarang;
- c. Masukkan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan;
- d. Unggah foto KTP;
- e. Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan;
- f. Kemudian verifikasi wajah;
- g. Tunggu verifikasi diterima;
- h. Setelah mengikuti cara diatas, maka Shopee PayLater berhasil diaktifkan. Selanjutnya pengguna dapat menggunakan pinjaman tersebut untuk berbelanja.

³⁵ Sarah Safira Aulianisa, "Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi", *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9.2 (2020), 183 <<https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444>>.

³⁶ Determinants O F Customers and others, 'OF CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARDS CREDIT CARD USAGE IN', 17.8 (2020), 200–223.

³⁷ Rohmatul Hasanah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee*, *SKRIPSI Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*, 2020, 51.

3. Tinjauan Perspektif Bisnis Syariah Terhadap Penggunaan Shopee PayLater “Bayar Nanti”

Didalam perspektif bisnis syariah, hal ini diperbolehkan karena sudah ada kesepakatan diantara kedua belah pihak yaitu pengguna membayar tagihan beserta pemulangan atau *fee* dari transaksi yang dilakukan³⁸. Untuk akad yang dilaksanakan dalam transaksi ini adalah akad *qardh* merujuk pada arti pemberian kredit atau pinjaman pada *muqtarid* yang memerlukan saldo.³⁹ *Qardh* menurut istilah artinya akad memberi pinjaman aset yang dimiliki pada orang lain beserta pemulangan.

Menurut Dimyauddin Djuwaini, *qardh* artinya menyediakan sejumlah dana atau tagihan yang bisa disinonimkan bersama yang dilandasi kesepakatan dan persetujuan diantara kedua belah pihak yaitu pemberi pinjaman dan penerima pinjaman untuk membayar semua tagihan saat tiba waktu yang telah disepakati.⁴⁰

Kemudian adanya rasa kerelaan dari pihak pembeli juga dapat dilihat ketika pembeli melakukan konfirmasi memilih pembayaran dengan metode Shopee PayLater, adanya manfaat yang dirasakan oleh pengguna Shopee PayLater karena dapat berbelanja kebutuhan tanpa harus memiliki uang terlebih dahulu atau dapat memanfaatkan Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak. Pendapat para ulama membolehkan jual beli kredit yang dilaksanakan dengan aturan atau pedoman jual beli, baik secara kontan maupun dengan cara dicicil, yang terpenting aturan atau pedoman tersebut dapat dilakukan dengan baik, kemudian kejelasan perjanjian antara penjual dan pembeli harus ada kesepakatan yang jelas pada saat melaksanakan ijab dan

³⁸ Ibid.

³⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 141.

⁴⁰ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 254.

kabul, hal tersebut akan mendasari suka sama suka dan tidak ada yang merasa dirugikan.⁴¹

Pendapat ulama dibolehkan praktik kredit tersebut dengan alasan akadnya jelas, kemudian penangguhan itu adalah harga, karena mereka melihat dari dalil umum yang membolehkan, yang penting penambahan harga pada penangguhan tersebut adalah harga yang pantas dan sewajarnya, dan tidak ada unsur pemaksaan dari kedua belah pihak.

Seperti firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa:29 dan hadits tentang jual beli adanya persyaratan suka sama suka:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa [4]: 29).

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ
وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان

Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka." (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

⁴¹ Hasanah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee.

D. Konsumtif

1. Pengertian Konsumtif

Menurut Veblen, konsumtif kebanyakan dikaitkan dengan kegiatan mengkonsumsi barang secara berlebihan yang merujuk pada perilaku konsumen membeli barang untuk menunjukkan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya.⁴²

Kata konsumtif dapat berarti suatu watak atau perilaku yang suka membeli barang untuk memperoleh *kemasyhuran* atau wibawa.⁴³ Retno Widiastuti mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak efisien, yang memakai produk dalam kelimpahan, yang berfokus pada keinginan di atas kebutuhan, dan tidak ada skala kebutuhan. Perilaku konsumtif juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang boros. Kemudian, pada saat itu, Retno Sumabi, situs lokal dari Universitas Gunadarma yang peneliti kutip menyusun, istilah konsumtif biasanya digunakan dalam hal-hal yang berkaitan dengan perilaku pelanggan dalam kehidupan mereka. Masih di situs serupa, Ratno menjelaskan bahwa perilaku boros adalah perilaku orang-orang yang ditampikan untuk memakai secara tidak perlu dan tidak terencana untuk produk yang kurang penting atau bahkan sia-sia.⁴⁴

Selain mendorong aktivitas yang boros, menurut Pulungan dan Febriaty, perilaku konsumtif membuat seseorang pada umumnya akan materialistis, tidak mampu berpikir secara wajar dan ingin memiliki hal-hal yang mereka perlukan tanpa memperhatikan kebutuhan mereka, sehingga

⁴². Thorstein Veblen, "The Theory of the Leisure Class. A Penn State Electronic Classics Series Publication," 2003, <http://www.thevenusproject.com/downloads/ebooks/theory-leisureclass.pdf>. (Diakses tanggal 23 Agustus 2021 pukul 17.00 WIB).

⁴³ Fitri Irfani, "Pengaruh Iklan Fashion Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota Tangerang Selatan," *Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah*, 2010, 24.

⁴⁴ Retno Sumabi, "Konsep Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, Konsumerisme", Universitas Gunadarma, n.d., www.wartawarga.com. (Diakses pada 24 September 2021 pukul 10.26 WIB).

tindakan ini dapat mempengaruhi pengembangan karakter seseorang yang merasa tidak cukup dengan apa yang dia miliki saat ini dan mendorong orang untuk memenuhi pedoman kebutuhan yang lebih tinggi.⁴⁵

Berdasarkan beberapa arti yang telah dipaparkan, ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang atau jasa dengan intensitas yang terus menerus untuk melebihi kebutuhan yang sebenarnya tanpa melihat apakah barang atau jasa yang dikonsumsi memiliki manfaat yang hanya digunakan untuk kewibawaan atau status sosial seseorang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Resstiani, kegiatan belanja merupakan tempat pelampiasan lalu menjadikan mahasiswa menjadi konsumtif. Terlebih jika mahasiswa dari luar daerah yang mempunyai orang tua dengan tingkat ekonomi yang diatas rata-rata, sehingga menjadi konsumtif saat menuntut ilmu di kota dengan mengetahui kehidupan perkotaan dengan fasilitas dan juga akibat tuntutan pergaulannya.⁴⁶ Perilaku konsumtif individu dilakukan untuk meningkatkan konsep diri melalui konsumsi barang atau jasa yang dimaknai sebagai simbol tersebut. Simbol yang dimaksud di sini bisa berupa simbol harga diri atau status sosial.⁴⁷

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu internal dan eksternal:

a. Faktor Eksternal

Faktor-faktor yang diingat untuk faktor luar yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan,

⁴⁵ Delyana Rahmawaty Pulungan dan Hastina Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2.3 (2018), 1–8 <<https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>>.

⁴⁶ Setyawan I Martha, Hartati S, *Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro University* (Semarang: Diponegoro University, 2007), 24.

⁴⁷ Ibid.

kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, dan sistem pembayaran Shopee PayLater.

1) Kebudayaan

Menurut Mangkunegara, budaya dapat dicirikan sebagai konsekuensi dari inovasi manusia yang dimulai dari satu zaman ke zaman berikutnya yang secara luar biasa menentukan jenis perilaku dalam kehidupan sebagai warga negara.⁴⁸

2) Status sosial

Pada dasarnya, menurut Mangkunegara, individu Indonesia dikumpulkan dalam tiga kelompok lebih spesifiknya: kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah. Perilaku konsumtif diantara kelas akan berbeda satu sama lain sebanding dengan perilaku konsumtif.

3) Sistem Pembayaran Shopee PayLater “Bayar Nanti”

Hadirnya Shopee PayLater sebagai sistem pembayaran yang disediakan oleh aplikasi Shopee membuat masyarakat khususnya mahasiswa menjadi konsumtif dikarenakan dapat mendapatkan barang yang diinginkan dan dibutuhkan namun pembayaran dapat dilakukan awal bulan selanjutnya yang kita kenal dengan tagline “bayar nanti”.

b. Faktor Internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

1) Faktor psikologis

Faktor ini menurut Kotler, juga sangat memberi dampak bagi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif, diantaranya:

- a) Motivasi, dapat mendorong karena dengan motivasi yang tinggi untuk membeli suatu barang,

⁴⁸ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 5.

produk/manfaat maka mereka pada umumnya akan membeli tanpa menggunakan unsur akal sehat.

- b) Persepsi, sangat berhubungan dengan motivasi. Bersama persepsi yang baik, maka motivasi untuk melakukan akan naik, dan hal ini dapat mempengaruhi individu untuk melakukan secara akal.
- c) Perilaku pendirian dan kepercayaan, melalui bertindak dan belajar individu akan memperoleh kepercayaan dan keyakinan. Dengan kepercayaan yang berlebihan pada penjual dan dengan posisi yang tidak sehat dapat mendorong perilaku yang konsumtif.

2) Faktor Pribadi

Menurut Kotler, keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh faktor pribadi, yaitu:

- a) Keadaan ekonomi, pemilihan terhadap suatu barang sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi individu. Individu yang mempunyai uang yang lebih akan condong lebih menyukai mengeluarkan uangnya untuk membeli barang, sedangkan ekonominya lebih rendah maka akan berperilaku konsumtif menggunakan Shopee PayLater.
- b) Jenis kelamin, memberi pengaruh keputusan membeli, karena saat masa pubertas wanita cenderung lebih konsumtif daripada laki-laki.⁴⁹

E. Perilaku Konsumtif dalam Bisnis Syariah

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari fungsi keimanan. Fungsi keimanan merupakan tolak ukur yang signifikan karena keyakinan memberikan perspektif alternatif tentang dunia

⁴⁹ Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*.

secara umum akan mempengaruhi karakter manusia, yaitu sebagai perilaku, cara hidup, selera, mentalitas terhadap individu, aset, dan lingkungan. Dalam perspektif inilah kita bisa mendiskusikan struktur halal dan haram, larangan terhadap *israf*, larangan terhadap pemborosan dan menyombongkan diri, pemanfaatan sosial, dan sudut pandang standarisasi lainnya. Dalam bidang konsumsi, Islam tidak mendukung pemuasan yang tidak dibatasi. Secara bertahap, kebutuhan manusia dapat mencakup: persyaratan, kesenangan, dan pemborosan. Dalam memenuhi kebutuhan manusia, Islam menganjurkan agar manusia dapat bertindak ditengah (*moderat*) dan dasar (*effortlessness*).⁵⁰

Pengeluaran yang disarankan dalam Islam adalah apa yang digunakan untuk memenuhi “kebutuhan” dan berfungsi secara wajar. *Israf* dibatasi dalam Al-qur'an. *Tabzir* menyiratkan melalui uang tunai untuk sesuatu yang dibatasi oleh hukum Islam. Dalil yang mendasari larangan perilaku konsumtif yaitu QS. al-A'raf [7]:31 dan QS. al-Furqān [25]:67:

﴿يَبْنِيْٓءَآدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْاۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾^{٥٠}

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (Q.S Al-A'raf [7]:31).

وَالَّذِيْنَ اِذَا اَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْا وَلَمْ يَقْتُرُوْا وَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا ﴿٥١﴾

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembe-

⁵⁰ Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, and Pangeran Harahap, “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan),” *J-EBIS* 3, no. 2 (2018): 132–47.

lanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”. (Q.S Al-Furqan [25]:67).

Kualitas konsumsi dalam aspek keuangan syariah adalah sebagai berikut:

1. Konsumsi bukanlah suatu kegiatan yang tidak terbatas, namun selain dibatasi oleh gagasan halal serta larangan-larangan yang telah ditetapkan oleh *syara'*.
2. Pembeli yang rasional (*mustahlik al-aqlani*) secara konsisten membelanjakan uang untuk berbagai jenis produk sesuai dengan kebutuhan lahir dan batin mereka. Ajaran Islam sangat diharapkan untuk mengingatkan umat manusia untuk membelanjakan uang sesuai dengan kebutuhannya.⁵¹
3. Pengembangan konsumsi yang diizinkan dalam aspek keuangan Islam (*mustawa al-kifayah*) adalah, sejauh mungkin dan ruang yang dapat diakses oleh pembeli Muslim untuk melakukan kegiatan konsumsi. Berfokus pada konsumsi kebutuhan antara *daruriyat*, *hajiyat* dan *tahsiniyat*. *Daruriyat* adalah barang yang dapat memenuhi kebutuhan paling esensial dari pembeli Muslim, khususnya mengikuti perkembangan agama (*hifz al-clamor*), jiwa (*hifz al nafs*), keturunan (*hifz al-teks*), kebebasan dan kepemilikan dan kekayaan (*hifz al-mal*), dan akal (*hifz al-aql*). Sedangkan *hajiyat* adalah barang yang dapat menghilangkan masalah dan lebih jauh lagi agak tidak sama antara satu orang dengan yang lain, misalnya tempat tinggal, kendaraan besar, dan lain-lain. Sementara itu, *tahsiniyat* adalah produk timbal balik yang pemanfaatannya tidak boleh dilakukan melampaui dua kebutuhan pemanfaatan di atas.⁵²

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam artinya konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan mendahului akal fikiran dan sesuai dengan prioritas dalam barang yang akan dibeli.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid.

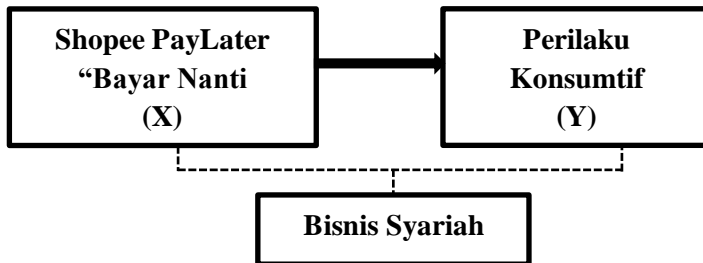
F. Keterkaitan Antara Shopee PayLater dengan Perilaku Konsumtif

Shopee PayLater adalah penyediaan link pinjaman untuk memudahkan penerima pinjaman membeli produk tanpa perlu langsung membayar di platform *e-commerce* Shopee. ShopeePayLater merupakan solusi finansial tanpa jaminan dan kartu kredit bagi pengguna Shopee yang tak hanya meningkatkan perolehan penerima pinjaman, juga menyediakan pinjaman yang terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat sehingga Shopee PayLater dapat memenuhi kebutuhan konsumtif.⁵³

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 9 dibawah ini:



Gambar 10
Kerangka Pemikiran

H. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari rumusan masalah yang sudah disebutkan, yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁴ Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dapat dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi

⁵³ Hasanah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee*.

⁵⁴ Sugiono, *Penelitian Administrasi*.

hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Berdasarkan dari penelitian sebelumnya oleh Nadya Anastasya bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Shopee PayLater dengan perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga peneliti menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

DAFTAR RUJUKAN

- Aftika, Sonia. “Kuisisioner Pra Riset,” 2021.
<https://Forms.Gle/9apdcgautddqkanz6>.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Anatasya, Nadya. “Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Usu.” Universitas Sumatera Utara, 2020.
- Anthony, Leonardo, And Hendi Sama. “Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior.” *Journal Conference On Management, Business, Innovation, Education And Social Science* 1, No. 1 (2021): 678–86.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). “Diagram Pengguna Internet Tahun 2016-2021,” N.D.
<https://Apjii.Or.Id/Content/Utama/104>.
- Aryani, Dwi, And Febrina Rosinta. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 17, No. 2 (2010): 114–26. <https://doi.org/10.20476/Jbb.V17i2.632>.
- Aulianisa, Sarah Safira. “Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi.” *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 9, No. 2 (2020): 183. <https://doi.org/10.33331/Rechtsvinding.V9i2.444>.
- Cashman, Selly. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*. 3rd Ed. Jakarta: Salemba Infotek, 2007.
- Customers, Determinants Of, Attitude Towards, Credit Card, And Usage. Pj. “Of Customers’ Attitude Towards Credit Card Usage In” 17, No. 8 (2020).
- Devi, Yulistia. “Biaya Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Terkait Dengan Akuntansi Sektor Publik Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Kabupaten/Kota Di Provinsi Lampung,” 2013.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=4xziso4aaaaj&citation_for_view=4xziso4aaaaj:Qxl8fj1gznc.

- . “Pengaruh Biaya Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Kabupaten/Kota Di Provinsi Lampung.” *Prosiding Call For Papers Dan Seminar Nasional*, 2014, 639–51. https://Scholar.Google.Co.Id/Citations?View_Op=View_Citation&Hl=Id&User=4xziso4aaaaj&Citation_For_View=4xziso4aaaaj:_Kc_Bzdyksqc.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Farras, Benhart. “Gojek Hingga Traveloka, Ini Platform Yang Sediakan PayLater,” N.D. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190510180848-37-71799/Gojekhinggatraveloka-Ini-Platform-Yang-Sediakan-Pay-Later>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Hariyanti, Puji. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Ilkom Uii, 2014.
- Hasanah, Rohmatul. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee*. SKRIPSI Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, 2020.
- . “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto,” 2020.
- Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula. *Marketing Syariah*. Bandung: Mizan, 2006.
- Ibrahim Jones Dan Sewu Lindawaty. *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*. Bandung: PT Refika Aditama, 2007.
- Iprice. “Pengunjung Marketplace Tertinggi Februari 2021 Pada Iprice,” 2021. <https://teknologi.id/technology/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice>.
- Irfani, Fitri. “Pengaruh Iklan Fashion Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota Tangerang Selatan.” *Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah*, 2010.

- Jayani Dan Dwi Hadya. "Berapa Pengguna Internet Di Indonesia," 2021.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/09/09/Berapa-Penggunainternet-Di-Indonesia>.
- Juanda. *Fiqih Muammalah*. Yogyakarta: UMY, 2020.
- Juju D. Dan Maya, M. *Cara Mudah Buka Toko Online Dengan Wordpress+ WP E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Kata, Data Books. "Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh." Statistika, 2021.
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/10/10/Tren-Pengguna-E-Commerce-2017-2023>.
- Kotler, Philip. *Dasar-Dasar Pemasaran*. 1st Ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Martha, Hartati S, Setyawan I. *Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro University*. Semarang: Diponegoro University, 2007.
- Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. 4th Ed. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Nurliyani, Hani, And Fauziah Safarina. *Buku Seri Praktikum E-Commerce. Laboratorium Manajemen Menengah Litbang*, 2015.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi." *Otoritas Jasa Keuangan*, 2016, 1–29. <https://www.ojk.go.id/Id/Regulasi/Otoritas-Jasa-Kepangan/Peraturan-Ojk/Documents/Pages/Pojk-Nomor-77-Pojk.01-2016/Sal - Pojk Fintech.Pdf>.
- Pearson, Mcleod. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba, 2008.
- Prastiwi, Iin Emy, And Tira Nur Fitria. "Konsep PayLater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, No. 1 (2021): 425.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>.

- Pulungan, Delyana Rahmawaty, And Hastina Febriaty. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, No. 3 (2018): 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>.
- Ricki Yuliardi Dan Zuli Nuraeni. *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain, 2017.
- Ridwan, Muhammad, Isnaini Harahap, And Pangeran Harahap. "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)." *J-Ebis* 3, No. 2 (2018): 132–47.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.
- Shabrina, Silka Vania, Ria Haryatiningsih, And Meidy Haviz. "Pengaruh Transaksi Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Terhadap Variabel Makroekonomi." *Ilmu Ekonomi* 3, No. 1 (2017): 54–58. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/>.
- Sugiono. *Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Sumabi, Retno. "Konsep Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, Konsumerisme", Universitas Gunadarma," N.D. www.wartawarga.com.
- Sumarto. *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- "Syarat Dan Ketentuan Berbelanja Dengan Shopee PayLater," N.D. <https://help.shopee.co.id/s/article/apa-syarat&ketentuan-berbelanja-dengan-shopee-paylater>.
- Veblen, Thorstein. "The Theory Of The Leisure Class. A Penn State Electronic Classics Series Publication," 2003. <http://www.thevenusproject.com/downloads/ebooks/theory-leisureclass.pdf>.
- Wardoyo, W, And Intan Andini. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma." *Jurnal Manajemen Dayasaing* 19, No. 1 (2017): 12. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.V19i1.5101>.

Yudha, Hafid Nur, Jl Prof, And Soedharto Sh. “Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta).” *Diponegoro Journal Of Accounting* 4, No. 4 (2015): 148–57.